

Jerko Valković

CRKVA I SUVREMENA JAVNOST: IZAZOVI I MOGUĆNOSTI DJELOVANJA

Doc. dr. sc. Jerko Valković
UDK: 261.6:282[316.653+659.4]
Izvorni znanstveni rad

Govor o odnosu Crkve i javnosti, na osobit način javnosti suvremenog pluralnog društva, pretpostavlja određenje temeljnih pojmova: Crkve i javnosti. Riječ je o veoma dinamičkom procesu kojeg, kako kroz povijest tako i danas, određuju brojni elementi. Nakon kraćeg predstavljanja nekoliko povijesnih te normativnog modela javnosti, autor ukazuje na problematične elemente današnje javnosti. Funkcioniranje suvremene javnosti snažno je obilježeno načinom komuniciranja unutar javnosti u čemu mass mediji zauzimaju značajno mjesto. Stoga se odnos Crkve i javnosti promatra kroz dva modela koja ističu upravo komunikacijski karakter javnosti: javnost u perspektivi Luhmanove sistemske teorije te u kontekstu diskurzivnog modela javnosti. Autor ukazuje na značenje civilnog društva unutar pluralnih društava koja bi, kao prostori rasprave izvan direktnog utjecaja političkih i gospodarskih moći, trebali postati mjesto raspave, usmjeravanja prema određenim vrijednostima i njihovo unošenje u područje javnosti i javnoga mnijenja. Crkva, pozvana na diakonsko služenje, pozvana je biti „glasnogovornikom“ onih čiji glas ne dopire na područje javnosti, razvijati kulturu komunikacije i dijaloga te nadahnuća za teološka promišljanja.

Ključne riječi: Crkva, javnost, komunikacija, diskurzivna javnost, civilno društvo.

* * *

Uvod

Govoriti o odnosu Crkve i suvremene javnosti pretpostavlja, što je moguće preciznije, određenje temeljnih pojmova. Koliko god se sa pojmom „javnost“ susrećemo ne samo u stručnoj literaturi već i svakodnevnom govoru, pokušaj njegova definiranja stavlja nas pred

nemalu teškoću.¹ Ne zalazeći dublje u ovu problematiku, istaknut ćemo u daljnjem tekstu samo neke karakteristike i temeljne odrednice javnosti. S istom se poteškoćom susrećemo kada se govori o Crkvi ako je promatramo kroz njezinu „pojavnost“ odnosno načine kako se percipira u javnosti. Poteškoća definiranja kojim bi se na cjelovit način obuhvatilo značenje ovih pojmova leži i u promjenjivim ulogama i značenjima koje je vjera i sama Crkva zauzimala u različitim društvenim okolnostima. Pitanje o specifičnoj „funkciji“ vjere unutar društvenog prostora postavlja se tek u kontekstu modernih, funkcionalno izdiferenciranih društava. U manje kompleksnim društvima funkcija vjere bila je nedjeljiva od ostalih nositelja funkcija (kao npr. prava, morala, kulture ili znanosti), tako da se jedna specifična, samo vjeri vlastita funkcija, nije mogla dodijeliti.²

Naime, odnos Crkve i javnosti je veoma dinamičan. Osvrnemo li se unatrag uočavamo razdoblja u kojima je Crkva s predrasudama gledala i osuđivala neke elemente bez kojih je danas nezamislivo funkcioniranje demokratske javnosti.³ S druge strane nalazimo razdoblja u kojima se Crkvi – pod utjecajem ili u ime raznih ideologija – nijekala mogućnost prisutnosti ili se njezino djelovanje u javnost ograničavalo samo na neka područja. Dovoljno se prisjetiti položaja Crkve unutar zemalja socijalističkog sustava. Na dinamiku odnosa javnosti i Crkve utjecali su također razni pokreti, ideologije... Kakve su se mogućnosti djelovanja i prisutnosti za Crkvu otvorili nakon pada Berlinskog zida u zemljama bivšeg istočnog bloka! U kojoj će mjeri na novo poimanje Crkve imati različita unutar-crkvena gibanja ili teološka promišljanja (npr. politička teologija ili teologija oslobođenja), te osobito II vatikanski sabor sa svojom ekleziologijom

1 Pojam „javan“ ili „javnost“ danas se upotrebljava u najrazličitijim kontekstima (javna stvar, javni prijevoz), a sama javnost može biti politička, sportska, nezadovoljna, zahtjevna, šutljiva, većinska ili manjinska... što sve govori o različitim kontekstima i značenjima koji se vezuju uz ovaj pojam.

2 Usp. M. SCHMIDT, *Einleitung: Religion in der pluralistischen Öffentlichkeit*, u: T. M. SCHMIDT - M. G. PARKER (Hg.), *Religion in der pluralistischen Öffentlichkeit*, Echter, Würzburg, 2008., str. 9-10.

3 Podsjetit ćemo na zatvorenost i neprihvatanje (naglašeno u 19. st.) prepoznatljivo u nekim dokumentima iz toga razdoblja: GRGUR XVI, *Mirari vos. Condanna dell'indifferentismo religioso e della libertà di coscienza, di stampa, di pensiero*, Enciclica (15 agosto 1983), u: *Enchiridion delle Encicliche*, vol. 1-8, Edizioni Dehoniane, Bologna, 1994-1998. Za ispravno razumijevanje dokumenata potrebno ih je promatrati u kontekstu onoga vremena.

i vrednovanjem zemaljskih stvarnosti? Sve je to utjecalo i postao izazov za novo „pozicioniranje“ i izgradnju odnosa Crkve i javnosti.

1. Javnost

U današnjim raspravama o javnosti nailazimo ne samo na različita već ponekad i potpuno oprečna tumačenja ovoga pojma. Tako Harry Pross tvrdi da javnost kao svojevrsno „kolektivno biće“ uopće ne postoji. Ona je za njega isključivo oznaka otvorenog djelovanja. Radi se o tome da svatko svoje mišljenje i osjećaje iskazuje otvoreno (ovdje je riječ o „pridjevskoj“ upotrebi imenice javnost).⁴ Neki autori javnost promatraju u kontekstu određenih društvenih pojava. Za Kotlera je javnost svaka grupa koja ima aktualan ili potencijalni interes ili pak utjecaj na sposobnost organizacije za ostvarenje svojih ciljeva. Amitai Etzioni javnosti pridaje značenje komunikacijskog sistema u kojemu se teme mijenjaju, skupljaju (*Input*), prerađuju (*Throughout*) i prenose (*Output*).⁵

Neki drugi autori više ističu ono što bi javnost trebala uključivati. Ona bi trebala obuhvaćati publiku (skup aktera koji izlaze iz svoga privatnog životnog okruženja), javno mnijenje (koje se obično definira kao sporazum o pitanjima općega interesa), dok je sama javnost područje u kojoj se sve to događa. U novije vrijeme uviđa se da veliku pozornost treba pridati procesu komuniciranja što je za neke posebna ili čak njihova ključna odrednica. Veću pozornost pridajemo tumačenju Petersa Bernharda koji ide korak dalje te govori o razgraničavanju odnosa javno-privatno unutar same javnosti. On ukazuje na tri temeljna značenja javnosti.⁶

Javno – privatno: prvo značenje javnosti vidljivo je u razgraničenju područja odgovornosti odnosno uspoređivanjem ili suprotstavljanjem pojmova „javno“ i „privatno“ kada ih promatramo kroz njihova normativna značenja. Nasuprot javne službe moguće je govoriti o privatnoj službi kao što se javnom može suočiti privatno vla-

4 Usp. H. PROSS, *Thesen zu einem Grundcolloquium*, Lutterhand, Neuwied, Berlin, 1970., str. 40.

5 Citirano prema T. JANTOL, *Politička javnost*, Birotisak, Zagreb, 2004., str. 13-15.

6 Usp. B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit*, u: *Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, soziale Bewegungen*, Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft, 34 (1994.), str. 42.

sništvo odnosno privatno područje. Javnoj kontroli koja se provodi nad javnim službama ili poslovima, izuzet je privatni posao. Razdvajanje ova dva područja ili ove dvije sfere konstitutivno je za liberalnu političku misao. Unutar područja „privatnosti“ članovi društva mogu obavljati vlastite (privatne) poslove, mogu ostvarivati svoje ciljeve a da pritom nisu obvezni slijediti kolektivne odluke. Djelovanje i odgovornost na privatnom području je izvan kompetencije i kontrole koja se proteže nad javnim djelovanjem. Dok za područje javnosti vrijedi obveza poštivanja odluka koje se odnose i reguliraju područje od javnog interesa, područje privatnosti je izuzeto od takve kontrole i na neki način ono je zaštićeno područje djelovanja. Međutim, uvijek ostaje problem utvrđivanja granica između tih dvaju područja, između privatnosti i javnosti. Prema ovakvom shvaćanju vjera ne spada u kategoriju onoga što bi bilo za sve obvezujuće dakle onoga na što bi svojim aparatom mogla ili trebala djelovati država. Vjera spada u područje privatnosti. Država ima obvezu svojim propisima osigurati građanima da se mogu slobodno odlučiti „u pitanjima vjere“. Za Habermasa je vjerska sloboda prva sfera privatne autonomije,⁷ dok Bökenförde smatra da je Crkva Deklaracijom „Dignitatis humanae“ o vjerskoj slobodi (br. 2) na neki način dala svoj pristanak takvom poimanju.⁸

Javno – tajno: drugo značenje javnosti proizlazi iz razgraničenja između onoga što je, svima dostupno (komunikacije, znanje...) te, s druge strane, suprotnosti spomenutog, ono što je tajno. Neidhard javnosti pridaje značenje komunikacijskog foruma: „Javnost se pojavljuje kao otvoreni komunikacijski forum za sve koji žele nešto reći ili čuti što drugi govore“.⁹ Područje javnosti je područje koje je otvoreno za sve, područje u koje svi mogu pristupiti, a akteri na području javnosti se publici obraćaju direktno ili preko medija. Ono što je potrebno garantirati je zaštita prava na privatnost (zaštita privatne

7 Usp. J. HABERMAS, *Storia e critica dell'opinione pubblica*, Laterza, Roma-Bari, 2008., str. 15.

8 Usp. E.-W. BÖCKENFÖRDE, *Religionsfreiheit. Die Kirche in der modernen Welt*, Freiburg, citirano prema K. GABRIEL, *Religion und Kirche im Spiegel und Diskursmodell von Öffentlichkeit*, u: *Jahrbuch für Biblische Theologie* (JBTh), *Glaube und Öffentlichkeit*, Neukirchen, Neukirchen-Vluyn, 11 (1996.), str. 10.

9 F. NEIDHARD, *Öffentlichkeit, Öffentliche Meinung, soziale Bewegung*, u: *Öffentlichkeit, Öffentliche...,* str. 7.

sфере) od eventualnog zadiranja javnosti. Pravo na vjersku slobodu, u ovom kontekstu, podrazumijeva slobodno obraćanje svima kao i pravo na slobodno i javno (vjersko) okupljanje.

Normativno značenje: treće značenje javnosti obuhvaća oba spomenuta vida te se govori o komunikativnoj strukturi ili području komunikativnog djelovanja unutar kojega se formira javno mnijenje. Javnost je područje slobodnog pristupa, prostor oblikovanja mišljenja u kojem se može očitovati slaganje ili neslaganje s onim što je rečeno. Tematski bi se rasprave trebale usmjeravati prema onome što je od javnog interesa. U ovakvom shvaćanju se uočavaju mnogi elementi i funkcije današnjeg javnog mnijenja: ono legitimizira politički poredak, donosi i potvrđuju odluke od opće važnosti, a javno mnijenje postaje važna orijentacija za one koji donose odluke. Iz ovakvoga shvaćanja javnosti izvodi se i djelovanje civilnog društva kao područja koje bi trebalo biti izvan doseg a i kontrole državne i ekonomske moći.

1.1. Modeli javnosti

U poznatoj studiji „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ Habermas govori o više (povijesnih) modela javnosti i modelskoj varijaciji: javnost polisa,¹⁰ feudalna reprezentativna javnost¹¹, liberalna građanska javnost i njezina postindustrijska varijanta.¹² Osim ovih modela spominjemo i normativni koji je domišljen na temelju idealiziranih odrednica javnosti polisa i liberalne građanske javnosti. Jantol ovaj normativni model predstavlja kao sklop „u kojem svi građani žive posve ravnopravno, samostalno, racionalno te odgovorno raspravljaju o svemu što smatraju značajnim za svoj život. Dogovaraju zajednička stajališta o mnogim pitanjima, a onda svoje odluke

10 Radi se o javnosti koja se formirala okupljanjem građana na prostorima (npr. gradski trg) gdje se raspravljalo o važnim pitanjima političkog života i gdje su se formulirale državne odluke. Javnost se u tom kontekstu oblikovala kroz razgovor. Ipak, u javnosti polisa nisu svi sudjelovali (robovi i žene nisu uživali status slobodnih građana) a nije se raspravljalo niti o svim temama (izuzete su bile teme vezane uz kućno gospodarstvo).

11 Uglavnom su plemići bili glavni akteri ove javnosti. Niti ovdje nije moguće govoriti o javnosti koja bi bila otvorena za sve) jer su u tim raspravama sudjelovale samo određene elite.

12 Način njezina djelovanja zadan je modelom društvenog i političkog poretka. Publiku ove javnosti, kako će Habermas izričito reći, čine privatni ljudi. Oni svojom raspravom oblikuju javno mnijenje ali ga direktno ne ugrađuju u državne odluke već to čine nositelji funkcija.

nesmetano ugrađuju u državne odluke. U tome između njih nema nikakve razlike: bilo obrazovne, imovinske ili ikoje druge a isto tako nemaju utjecaja na bilo čije komunikacijsko djelovanje. Čak ni nositelji funkcija vlasti nisu ništa drugo nego građani koji imaju jednake komunikacijske uvjete. Raspravljanje se podređuje jednom kriteriju: argumentima općeg dobra!¹³ Vidljivo je da je spomenuti normativni tip javnosti ideal-tipske naravi i da se nigdje, na ovakav idealan način, u potpunosti ne ostvaruje. Funkcija takvoga modela, kako kaže Peters, je heurističke naravi i veoma lako su uočljive razlike između konkretne stvarnosti i onoga što bi se prema ovom modelu trebalo ostvariti.¹⁴

1.2. Karakteristike suvremene javnosti

Ne samo javno mnijenje već i cjelokupno područje suvremene javnosti funkcionira polazeći od medijskog posredovanja što će se s druge strane pokazati kao kritična točka prijeloma između normativne i stvarne javnosti, između onoga što bi javnost trebala biti (pod normativnim vidom) i onoga što ona doista jest.¹⁵ Promjene koje se događaju unutar javnosti Peters tumači polazeći od tri značajke normativnog modela: jednakost, otvorenost i diskurzivnost.¹⁶ Upravo su ove pretpostavke komunikacije u javnosti u današnjem društvu bitno promijenjene. Jednakost sudionika nije moguće ostvariti budući da ona pretpostavlja ravnomjernu komunikacijsku kompetenciju, tj. jednaku mogućnost djelovanja kako primatelja tako i pošiljatelja. U masovnom društvu „mikrofon“ je dostupan samo manjem broju pojedinaca. Mediji su doveli do potpune asimetrije uloge govornika i slušatelja što je prema Petersovu mišljenju građuirano u trima oblicima: vidljivosti, utjecaju i znanju. Ta se asimetričnost pojavljuje i u slučajevima informacijskog monopola (budući da samo određene kategorije imaju pristup nekim područjima ili samim izvorima informiranja).¹⁷ K tome treba spomenuti i monopol nad „specijalistič-

13 T. JANTOL, *Politička javnost...*, str. 94.

14 Usp. B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit...*, str. 49.

15 Usp. T. JANTOL, *Politička javnost...*, str. 107.

16 Usp. B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit...*, str. 51-60.

17 Imajući u vidu spomenutu asimetričnost i s time povezanu činjenicu da na tvorbu javnoga mnijenja na neznatan način utječe šira publika, Rovigatti dovodi u pitanje opstojnost današnjega javnoga

kim znanjem“ jer njegovo razumijevanje pretpostavlja posebni oblik kompetencije čime svi ne raspolažu. Na promjene unutar medijskog sustava utječu i izvankomunikacijski čimbenici kao npr. političke strukture moći, organizacija društva, te novac. Kako bi se umanjili ti utjecaji Peters govori o potrebi pravne regulacije (očuvanje slobode komuniciranja, afirmiranje zakona koji reguliraju medijsko područje i sl., koji su se do sada pokazali s različitim učincima¹⁸).

Osim ovih poteškoća, Peters govori i o internoj diferencijaciji javnosti. U javnosti se isprepliću razni utjecaji: gospodarstvo, kultura, politika. Sama publika se razlikuje po kompetentnosti, interesu, utjecaju i aktivnosti a pozornost treba obratiti na obrazovanje, profesionalni položaj, a ne može se zanemariti i socijalna struktura društva. Pozornost treba svratiti na posebne komunikatore iz redova publike koji mogu imati snažnu komunikacijsku ulogu: reprezentanti, eksperti, odvjetnici i „javni intelektualci“. ¹⁹ U oblikovanju javnosti nezaobilaznu ulogu imaju novinari, te svi koji, najčešće iz medijskih krugovima, utječu na selektiranje informacija.

Otvorenost prema temama od javnog interesa kako je spomenuto jedna je od karakteristika normativne javnosti. O prisutnosti određenih tema također bi trebalo odlučivati putem javne rasprave. Naime, „javnost bi trebala biti dovoljno senzibilizirana da identificirati najvažnije probleme i mora biti sposobna relevantne teme obraditi na razumljiv način“. ²⁰ Poteškoće je što se unutar sve kompleksnijih društava susrećemo s nastankom publike koja je „specijalizirana“ samo za određene segmente ili određene teme, jer svi ne mogu biti kompetentni u svemu. Negativna posljedica ovakve situacije očituje se u otežavanju sudjelovanja i rasprava u stvarima od javnog interesa. Ograničavanje na najvažnije teme je nužno i zbog ogromnog broja informacija. ²¹

mnijenja. On kaže: „ono što mi zovemo javno mnijenje ne zasluži takvo ime, jer nije plod slobodnog razgovora publike o problemima stvarnog interesa: sve su informacije manipulirane i oblikovane sa strane onih koji drže mass medije“. V. ROVIGATTI, *Scienza dell'opinione pubblica*, Edizione paoline, Cinisello Balsamo (Milano), 1985., str. 101.

18 Usp. B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit...*, str. 54.

19 Isto, str. 57-58.

20 B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit...*, str. 61.

21 Usp. B. PETERS, *Der Sinn von Öffentlichkeit...*, str. 64.

Glavne poteškoće koje Peters uočava govoreći o diskurzivnosti javnosti odnose se na već spomenutu nejednakost ravnopravnog sudjelovanja.²² Ta nejednakost može biti teško ostvariva i zbog mogućeg stava neprihvatanja ili „simboličkog“ nasilja, kao i zbog odbijanja ili neprijateljstva koje se može gajiti prema određenim skupinama. Ponekad i kulturalni pluralizam može otežavati komunikaciju ili procese razumijevanja. Benhabib isto tako upozorava na neke elemente u javnosti zbog kojih je teško očekivati da će ona doista postati prostor dijaloga, ravnopravne razmjene i sudjelovanja.²³ On spominje „agonijsku javnost” unutar koje se javnost doživljava samo kao sredstvo putem kojeg određene skupine ili pojedinci dolaze na svjetlo javnosti. To je interakcijski pseudoprostor u kojem pojedinci ne djeluju kao pojedinci već kao privredni čimbenici, konzumenti ili jednostavno „bezimeni“ stanovnici velikih gradova.

Osim toga on govori i o „tiraniji intimnosti”.²⁴ Djelovanje medija vodi prema sve izraženijoj intimizaciji društva i oslabljenju, ili čak potpunom uništenju društvenog života. Takve procese treba promatrati u širem kulturalnom kontekstu jer su oni usko povezani s izdvajanjem odnosno izolacijom pojedinaca i skupina unutar društva i to pod snažnim utjecajem industrijalizacije. Ukazivanjem na probleme u suvremenoj javnosti želi se istaknuti potrebu stalnog praćenja dinamike javnosti što je onda i poziv na revidiranje normativne teorije, a ne u prvom redu ukazivanje na besmislenost ili neopravdanost ove teorije. Kakav je položaj Crkve unutar suvremene javnosti? Je li moguće govoriti o kriterijima prema kojima se vjerska problematika i sama Crkva predstavljaju u današnjoj javnosti?

22 Novi mediji za razliku od „klasičnih“ omogućavaju veću interaktivnost i otvaraju nove načine komuniciranja i sudjelovanja građana u javnom mnijenju. Neki će u tome vidjeti i nove oblike demokracije. O tome više u knjizi L. K. GROSSMAN, *La repubblica elettronica*, Editori Riuniti, Roma, 1997.

23 Usp. S. BENHABIB, *Gefährdete Öffentlichkeit- Politische Öffentlichkeit im Spannungsfeld massenmedialer Kommunikation*, u: H. Klingen, *Gefährdete Öffentlichkeit. Zur Verhältnisbestimmung von Politischer Theologie und medialer Öffentlichkeit*, Lit, Berlin, 2008., str. 84-85.

24 S. BENHABIB, *Gefährdete Öffentlichkeit ...*, str. 86. Istu temu na mnogo širi način obarađena je u knjizi P. SCHAAR: *Das Ende der Privatsphäre. Der Weg in die Überwachungsgesellschaft*, Goldman, München, 2010.

2. Crkva i javnost

Odnos Crkve i javnosti ne može se promatrati kao odnos dvije „suprotstavljene“ stvarnosti. Kardinal Lehmann kaže: „ne postoji Crkva i uz nju još javnost. Naslovi kao 'Crkva i javnost' mogu odvesti u zabludu. Crkva je ne samo oduvijek u javnosti nego je i sama na mnogo načina javna veličina. Ona je, dakle, uvijek između polova, u međud odnosu, između prilagodbe i otpora, određena izvana i samoodređujuća, pasivno podnosi i aktivno je usmjerena. Ona može veoma brzo postati loptom za poigravanje, stoga se sama mora truditi oko vlastitog lika. Zato je povratak u sakristiju teško moguć, pa čak i ako bi svoje slanje u svijetu plaćala previsokom cijenom pa čak ni tada ne bi ostala izvan odnosa s društvenom javnošću.“²⁵ Način na koji se Crkva predstavlja u današnjoj javnosti, polazeći od uloge koju u tim procesima imaju komunikacijski procesi, promatrat ćemo kroz dva modela:²⁶ javnost u perspektivi Luhmanove teorije sustava, te kroz diskurzivni model.²⁷

3. Vjera i Crkva unutar javnosti teorije sustava

Unutar teorije sustava medijska javnost je dio društvenog sustava koji ima specifičnu ulogu smislenog povezivanja (Sinnzusammenhang), te unutar složenih modernih društava ulogu orijentiranja, odnosno usmjeravanja (Leitorientierung).²⁸ Primarna funkcija medijske javnosti je omogućavanje društvu odnosno sustavima društva da promatraju sami sebe (Selbstbeobachtung). Tako kroz medije, društvo i sustavi društva sami sebe zrcale i promatraju. Mediji omogućavaju sudjelovanje dijelova na cjelini jer preko njih građani mogu spoznavati vlastitu ulogu i poziciju unutar društva kao cjeli-

25 K. LEHMANN, *Crkva u javnosti. Njezina prisutnost u svjetovnim medijima i u crkvenom tisku*, u: *Communicatio Socialis*, 34 (2001.) 3, str. 107.

26 K. GABRIEL, *Religion und Kirche im Spiegel und Diskursmodell...*, str. 37 ss.

27 Za cjelovitiji uvid u ovu problematiku vidi knjigu: N. LUHMANN, *Teorija sustava. Svrhovitost i racionalnost*, Globus, Zagreb, 1981.

28 Dok se u srednjem vijeku moglo govoriti o segmentarizaciji društva (koje je ipak vjerska dimenzija objedinjavala), današnje društvo je postalo izdiferencirano društvo u kojem se samo društvo „izlomilo“ u manje podsisteme koji (samostojno) funkcioniraju. I sama religija promatra se kao jedan podsistem društva.

ne.²⁹ Treba uočiti i kriterije prema kojima se u javnosti i to medijskim posredništvom određene teme pojavljuju a istovremeno neke druge prešućuju. Mediji selektiraju i to čine prema određenim kriterijima. Princip selektiranja odvija se prema kodu posvećivanja - neposvećivanja pozornosti, što konkretno znači da je netko vidljiv (prikazan) ili nije vidljiv (jer nije prikazan). Sve informacije iz raznih područja života selektiraju se prema ovom principu. Osim ovoga postoje i drugi principi poput novosti informacije, zanimljivosti, konfliktualnosti (u najrazličitijim područjima i oblicima), statusu i prestižu govornika. Prikazivanje Crkve i općenito vjerske tematike također podliježe naznačenim kriterijima i logici spomenute teorije. Niti Crkva niti vjernici ne mogu se promatrati kao „izdvojeni“ dio društva koji bi stajao „nasuprot“ ili „pored“ javnosti. Oni su sastavni dio javnosti uključeni u javna događanja a sama Crkva, kako je spomenuto, upućena je na područje javnosti.

U medijskom prikazivanju vjerska tematika i Crkva nalaze se na rubu jer se središnja pozornost javnosti usmjerava na druga područja: politiku, sport, slobodno vrijeme (zabavu)... Postojeći kriterij selekcije u sistemu javnosti pronalazi malo sadržajnih elemenata u vjerskim temama. Naime, sa striktno vjerskim sadržajima može se zainteresirati samo mali dio publike a sam vjerski sustav nema puno elemenata koji bi bili interesantni širem području javnosti. Christel Gärtner kaže da će se u javnom medijskom prostoru vjeri pridavati najveća pozornost ako se ona doživljava kao kulturni temelj ili važna odrednica društva dok će tek pojedini vjerski događaji dobiti mjesto u javnosti i pritom biti prikazani poput ostalih (spektakularnih) događaja ili katastrofa.³⁰ Crkvi se u ovakvom konceptu u pojedinim situacijama pridaje zadaća „kompenziranja“ (pogotovo kada se radi o konfliktnim situacijama), a nerijetko se njezina uloga može usporediti ili promatrati kroz funkciju slobodnog vremena. Područje gdje bi Crkva mogla postati zanimljiva za javnost je usko socijalno

29 Treba ukazati i na mogućnost zloupotrebe odnosno manipulativnog predstavljanja i djelovanja medija kako zbog njihove (vlastite) logike djelovanja isto tako i zbog specifičnih motiva medijskog sustava.

30 Usp. C. GÄRTNER, *Die Rückkehr der Religionen in der politischen und medialen Öffentlichkeit*, u: K. GABRIEL, H.-J. HÖHN (Hrsg.), *Religion heute – öffentlich und politisch: Provokationen, Kontroversen, Perspektiven*, Schöningh, Paderborn, 2008., str. 107-108.

područje religioznog. Mediji podržavaju i preferiraju socijalni oblik ili socijalne vidove religije.

Medije zanima svaki oblik „novoga“, ono što je konfliktno, pogotovo ako se ono može pronaći u odnosima unutar crkvene hijerarhije, sukobima ili barem nesuglasicama u odnosima pojedinac – hijerarhija, deliktima i skandalima... K tome treba svakako spomenuti i veliki interes medija za sve što je povezano s okultnim ili „iskače“ iz redovitog. Stoga i ne čudi da će govor o „nadnaravnim“ pojavama, ozdravljenjima i općenito temama koje iskaču izvan redovitog zauzimati „udarne“ prostore i postati središna tema medija. Crkva se s Drugim vatikanskim saborom opredijelila za svijet i prema njemu zauzela dijaloški stav. Ovakav stav isključuje fundamentalistički pristup koji bi išao za tim da izgradi sustav kojim bi agresivno djelovala prema „van“ (kao „odgovor“ na procese selekcije i njezinog predstavljanja u javnosti). Otvoreni stav prema javnosti, (samo)promatranje kroz „zrcalo“ javnosti može postati prilika za novi način doživljavanja Crkve unutar današnjeg društva te dublje upoznavanje čovjeka i društva.³¹ Nedostak ovakvog tumačenja i shvaćanja javnosti unutar ovakvoga modela jest nedostatna pozornost koja se posvećuje samoj komunikaciji i diskurzivnosti javnosti.

4. Vjera i Crkva u diskurzivnoj javnosti

Javnost se unutar ovakvoga shvaćanja pojavljuje kao socijalni prostor koji nastaje ondje gdje akteri izlaze iz privatnih životnih okruženja. Ona je određena okolnostima i oblicima komuniciranja članova skupine, a teme i problemi o kojima se raspravlja ne ograničavaju se samo na političko područje već uključuju vrednovanja i normativne principe.³² U novije se vrijeme sve više povezuje dis-

31 Već je pred više desetljeća Crkva istaknula da i ona može primiti nešto od svijeta medija. „S trostrukog dakle stajališta sredstva društvenog priopćivanja se odnose na katolike: 1) pomažu Crkvi da se predstavi suvremenom svijetu; 2) olakšavaju njezin unutarnji dijalog; 3) omogućuju joj da primi mentalitet suvremenih ljudi kojima ona, po Božjem nalogu, ima obznaniti poruku spasenja,“ PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA, *Communio et progressio*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2002., br. 125, (dalje: CP).

32 Komunikacija javnosti, kako je već spomenuto, očituje se kroz njezinu diskurzivnost što znači da se o problemima govori (putem argumenata). Sudionici ovakvih rasprava bi trebali na sebe privući pozornost kroz promišljanja o vrijednostima i kritičkim promatranjem stvarnosti. Iako se tematski

kurzivni model javnosti i civilno društvo. Pritom se civilno društvo doživljava kao strukturalni supstrat u kojem se diskurzivna javnost može razviti. Civilno društvo čine nedržavne organizacije ili pokreti a ono je svojevrsni posrednik između privatne sfere i javnosti. Unutar civilnoga društva javnost ima dvostruki karakter. Pojedinci mogu iz područja privatnosti prema interesima, određenjima, usvojenim stavovima i iskustvima ulaziti u javni prostor (što treba biti omogućeno i zakonski garantirano) i na taj način aktivno djelovati u javnosti.³³ Zakonski zagaranirana sloboda mišljenja je temelj pluralne javnosti. Time se u kontekstu civilnog društva stvara socio-moralni temelj i pretpostavka za oblikovanje općega dobra, a vrijednosti iz područja privatnosti mogu postati prisutnosti u javnosti i biti snažni akteri djelovanja.³⁴ Iz vjerskog humusa može se crpsti nadahnuće i poticaj za opće dobro, pravednost, solidarnost..., a te se vrijednosti mogu unositi u područje javnosti.

U kontekstu civilno-društvene javnosti vjera se promatra kao privatna stvar koja ima svoje društvene zahtjeve. Ili, kako će reći Gabriel: „javnost civilnog društva temelji se na principima vjerske slobode, pretpostavlja privatnost vjere, ali može istovremeno crpiti važne principe i impulse iz vjerske tradicije.“³⁵ Imajući u vidu važnost djelovanja unutar civilnog društva suočavamo se s potrebom promišljanja djelovanja političkih stranaka u nekim zemljama koje se oslanjaju na kršćanske principe jer se (od 1960.-tih) bitno promijenio konfesionalni milje koji je bio baza njihova djelovanja. Iskustvo je (nekih europskih zemalja) da su od kršćanskih stranaka danas postale konzervativne narodne stranke koje imaju znatno

djelovanje javnosti ne ograničava samo na političko područje ipak jedna od važnih zadaća i „preispitivanje“ legitimnosti političkih odluka.

33 Istaknut ćemo i poteškoće mnogih suvremenih društava koja se suočavaju s problemom nesudjelovanja (ili nedovoljnog sudjelovanja) građana u javnom životu. U vidu poticaja na aktivnije sudjelovanje naglašava se važnost principa supsidijarnosti te je taj pojam uveden u zakonodavstva mnogi zemalja. U Hrvatskoj je u tijeku projekt „Supsidijarnost u hrvatskom društvu“. Dosadašnji radovi s toga projekta objavljeni su u: *Bogoslovska smotra*, 79 (2009.) 1.

34 Polazeći od ovog temelja Habermas će ukazivati na potencijale vjerske tradicije za procese razvoja diskursa u javnosti. Usp. J. HABERMAS, *Vorpolitische Grundlagen des demokratischen Techtsstaates?*, u: J. HABERMAS, J. RATZINGER, *Dialektik der Säkularisierung. Über Vernunft und Religion*, Herder, Freiburg, 2005., str. 15-17.

35 K. GABRIEL, *Religion und Kirche...*, str. 48.

manji utjecaj na područje javnosti (primjeri Nizozemske, Belgije, Švicarske, Njemačke).

Crkva je pozvana unositi u društvo teme, otvarati rasprave i pitanja za koje smatra da je dobro da su prisutni u javnom dijalogu. A to iziskuje sposobnost i napor da se vlastiti prijedlozi, pogledi i rješenja predstavljaju na argumentativan način i da budu otvoreni kritici. Upravo ta diskurzivna razmjena vrijednosnih orijentacija spada u područje civilnog društva i diskurzivne javnosti. Prisutnost vjerske tradicije u civilno-društvenom kontekstu dobrim je dijelom povezano sa njezinom sposobnošću diskurzivnog modela. Među temama koje su u nekim europskim zemljama proizašle iz crkvenog miljea i vršile utjecaj na rasprave u javnosti spominjemo: pitanje mira, pravednosti, očuvanje stvorenoga, „otvorenoga“ laiciteta, ekumenska problematika, snažnije zauzimanje za siromašne zemlje... Karl Gabriel, promatrajući Crkvu u ovakvom kontekstu, kaže da na „primjeru rasprava oko javnih izjava Crkve posljednjih godina dade se po mome mišljenju iščitati da teologija i Crkva sebe shvaćaju kao čimbenika u civilnom društvu.“³⁶

U današnjim okolnostima Crkva zna da je u javnom djelovanju usmjerena ne u prvom redu prema državi već na društvo. To znači da se razumije i doživljava unutar društva više u smislu posredničko-društvene uloge, a da joj orijentir treba biti ne država već društvo.³⁷ Crkva, svjesna naravi svoga poslanja, pozvana je u svakom vremenu propitivati područja i načina vlastitoga djelovanja.

36 Usp. K. GABRIEL, *Modeli kršćanskog djelovanja u politici*, u: N. A. ANČIĆ - N. BIŽACA, *Kršćanin i politika. Zbornik radova međunarodnoga znanstvenoga skupa Split, 24.-25. listopada 2002.*, Crkva u svijetu, Split, 2003., str. 203-204. Ovakvo mišljenje on potkrepljuje ukazivanjem na dva dokumenta: Pastirsko pismo biskupa SAD-a - *Gegen Unmenschlichkeit in der Wirtschaft. Der Hirtenbrief der Katholischen Bischöfe der USA „Wirtschaftliche Gerechtigkeit für alle“*, 1986, Freiburg, Basel, Wien, 1987.; te, SEKRETARIAT DER ÖSTERREICHISCHEN BISCHOFSKONFERENZ, *Sozialhirtenbrief der Katholischen Bischöfe Österreichs*, hrsg. Wien 1990. Njemačka biskupska konferencija i Evangelička crkva u Njemačkoj su objavile značajnu izjavu: *Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit, Wort des Rates der Evangelischen Kirche in Deutschland und der Deutschen Bischofskonferenz zur wirtschaftlichen und sozialen Lage in Deutschland*, 1997.

37 K. KOCH, *Brauchen wir ein öffentliches Christentum?* u: M. DELGADO, A. JÖDICKE, G. VERGUWEN (Hrsg.), *Religion und Öffentlichkeit...*, str. 106.

5. Neka područja djelovanja Crkve

Posebna zadaća Crkve je zauzimanje za one koji su na bilo koji način isključeni, marginalizirani i kojima je pristup u javnost ograničen. Kako je rekao Oscar Romeros, Crkva je pozvana biti „glas onih koji su bez glasa“ tj. progovoriti u ime onih kojima je nemoguće ili veoma teško dopirati u javnost. U Njemačkoj su obje Crkve zajedničkim dokumentom „Za budućnost u solidarnosti i pravednosti“ (*Für eine Zukunft in Solidarität und Gerechtigkeit*) ukazali na misiju Crkve kao „glasnogovornika“ i predstavnika onih koji nisu u mogućnosti sami očitovati svoje potrebe. „Crkve smatraju svojom posebnom zadaćom da se zauzmu za one koje se u gospodarstvenim i političkim kalkulacijama lako zaboravi jer se sami ne mogu djelotvorno artikulirati, a to su siromašni, zakinuti, nemoćni, buduća pokoljenja i nijemo stvorenje. Na taj način žele stvoriti pretpostavke za politiku koja će se orijentirati prema mjerilima solidarnosti i pravednosti“.³⁸

Crkva je osim toga pozvana da djeluje u vidu ujedinjavanja i okupljanja i to na različitim razinama. Ona je po svojoj naravi „katoличka“ i prostire se po cijelom svijetu te može biti povezana s raznim institucijama na svim razinama. Povezanost i mogućnost suradnje može se promatrati „horizontalno“ (suradnja koja polazi od njezine rasprostranjenosti širom svijeta i prisutnosti među brojnim narodima i kulturama), te „vertikalno“ (imajući u vidu prisutnost na raznim razinama - počevši od župa, pa sve do suradnje s institucijama na globalnoj razini). Crkva na tom području može pružati primjer komunikacije i suradnje,³⁹ ali se tu suradnja treba promatrati u vidu izmjeničnog obogaćenja jer je i ona svjesna da može mnogo toga primiti i od svijeta.⁴⁰

38 *Für eine Zukunft...*, br. 4.

39 G. M. KLEEMANN, *Die Öffentlichkeitsrelevanz von Kirche und Theologie*, u: K. GABRIEL, H.-J. HÖHN (Hrsg.), *Religion heute...*, str. 182.

40 „Kao što je za svijet važno da prizna Crkvu kao društvenu stvarnost povijesti i kao kvasac svijeta, tako sama Crkva dobro zna koliko je primila od povijesti i razvoja čovječanstva. Iskustvo prošlih stoljeća, napredak znanosti, bogatstva sakrivena u različitim oblicima ljudske kulture, što sve omogućuje da bolje upoznamo narav samog čovjeka i što otvara nove putove k istini, korisni su također i Crkvi. ...Budući da posjeduje vidljivu socijalnu strukturu, znak svoga jedinstva u Kristu, Crkva se može također i razvojem ljudskog društvenog života obogatiti, pa se stvarno i obogaćuje:

Povezanost između javnosti i kršćanstva ne izvire samo iz povijesnog iskustva ili prakse koje je prolazilo kroz različite oblike, već u samom kršćanstvu nalazimo izvor i početak takve povezanosti i suradnje. Karrer ukazuje na nekoliko ključnih pojmova koje Crkvu „iznutra“ usmjeravaju na djelovanje u javnosti.⁴¹ Zajedništvo – ponuda spasenja koju donosi kršćanstvo ne temelji se na proširenosti i umreženosti crkvenih institucija već polazi od same naravi spasenjske poruke: „Pođite dakle i učinite mojim učenicima sve narode krsteći ih u ime Oca i Sina i Duha Svetoga,“ (Mt 28,19). Iako na ponudu vjere svatko pruža osobni odgovor jezgra kršćanskog djelovanja i života nikako ne može zaobići ili zanemariti prostor javnosti. Pojam komunikacije nužno je povezan sa samim shvaćanjem Crkve jer se zajedništvo koje ona ostvaruje gradi kroz komunikaciju. Kršćanstvo, kako je poznato, nije neko skriveno učenje koje je trebalo ostati zatvoreno u katakombe već živi kroz svjedočanstvo i javno komuniciranje. „Što vam govorim u tami, recite na svjetlu; i što na uho čujete, propovijedajte na krovovima,“ (Mt 10,27). Ostvarivanje zajedništva i komunikacija u javnosti pretpostavlja i komunikaciju unutar same Crkve te je stoga potrebno stalno nastojati oko unutarcrkvene komunikacije na što pozivaju crkveni dokumenti.⁴² Bez ostvarenja zajedništva unutar Crkve nije moguće govoriti o sudjelovanju i izgranji zajedništva unutar javnosti. Značenje socijalanog djelovanja i zauzeto življenje solidarnosti dio je dijakonskog služenja Crkve u

ne u tom smislu kao da bi joj nedostajalo nešto u konstituciji koju joj je Krist dao, nego da bi upravo tu konstituciju dublje upoznala, bolje izrazila i sretnije je prilagodila našem vremenu. Crkva sa zahvalnošću osjeća da - i kao zajednica i u svojim pojedinim sinovima – prima raznoliku pomoć od ljudi svih staleža i položaja. Svi oni, naime, koji pridonose razvoju ljudske zajednice na području obitelji, kulture, ekonomskog i socijalnog života kao i na području nacionalne i međunarodne politike, doprinose ne malu pomoć prema Božjem planu i crkvenoj zajednici ukoliko ona ovisi o izvanjskim uvjetima. Štoviše, Crkva priznaje da se čak samim protivljenjem svojih protivnika i progonitelja uvelike koristila i da se to može i nadalje“. DRUGI VATIKANSKI SABOR, *Pastoralna konstitucija „Gaudium et spes“ (Radost i nada) o Crkvi u suvremenom svijetu* (7. 12. 1965.), u: II Vatikanski Koncil. Dokumenti, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1998., br. 44, (dalje: GS).

41 Usp. L. KARRER, *Wie viel Öffentlichkeit vertragen die Religionen?* u: M. DELGADO, A. JÖDICKE, G. VERGUWEN (Hrsg.), *Religion und Öffentlichkeit. Probleme und Perspektiven*, W. Kohlhammer, Stuttgart, 2009., str. 82 ss.

42 PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA, *Communio et progressio*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 2002., br. 114-121 (u daljnjem tekstu: CP); kao i PAPINSKO VIJEĆE ZA SREDSTVA DRUŠTVENOG PRIOPĆIVANJA, *Nadolaskom novog doba – “Aetatis novae”*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1992., br. 10.

naše vrijeme.⁴³ Veoma je važno zaći u konkretnost življenog trenutka i situacija tj. djelovati na osobnoj razini koja ide prema intenziviranju međuljudskih odnosa i razvijanju kulture dijaloga na različitim razinama unutar jednoga naroda. Ono specifično vjersko što Crkva može pružiti je otvaranje perspektive smisla a nalazi se i u korijenu kršćanstva, a Karrer naziva „vjerska diakonia“.

6. Prema „otvorenijem“ kršćanstvu!

Opredjeljenje za svijet, za aktivnu prisutnost na „pozornici čovječanstva,“ kako o svijetu govori Drugi vatikanski sabor (usp. GS br. 2), potrebno je danas stalno isticati pred opasnošću getoiziranja ili s druge strane opasnošću fundamentalističkog djelovanja. Zato je aktualan poziv Kleemanna na hrabro djelovanje i prisutnost što on naziva „krepost javnosti.“⁴⁴ To nije posebni „nalog“ koji Crkva prima „sa strane“ već je ona po svojem poslanju misionarska. Pape su u posljednjim desetljećima često isticali da se Crkva nalazi pred djelom nove evangelizacije (javnosti) i da je to njezin vlastiti poziv i identitet: „Ona je upravo radi naviještanja Evandjelja.“⁴⁵ U vremenima kada je u mnogočemu ugrožen čovjek, njegovo dostojanstvo kako na individualnoj tako i društvenoj dimenziji, Crkva se osjeća pozvanom posredovati antropološko-individualne i društveno-komunikativne dimenzije čovjekove osobnosti. Tu će ostvarivati neodloživu ulogu humaniziranja današnje kulture.⁴⁶ Danas se treba suočiti s pitanjem na koji način javnost postaje izazov za djelovanje Crkve odnosno njezino teološko promišljanje. Je li ta ista javnost izazov za teološko promišljanje i je li moguće govoriti o teologiji javnosti?

Zasigurno bi trebalo promišljati o tome koliko je sama teologija prisutna u javnosti (što otvara pitanje i o tome koliko je razumljiva

43 K. GABRIEL, *Phänomene öffentlicher Religion*, u: K. GABRIEL, H.-J. HÖHN, (Hrsg.), *Religion heute - öffentlich und politisch. Provokationen, Kontroversen, Perspektiven*, Schöningh, Paderborn, München, Wien, Zürich, 2008, str. 75.

44 G. M. KLEEMANN, *Die Öffentlichkeitsrelevanz von Kirche und Theologie...*, str. 179.

45 PAVAO VI, *Evangelii Nuntiandi. Apostolski nagovor o evangelizaciji u suvremenom svijetu*, Kršćanska sadašnjost, Zagreb, 1992., br. 14.

46 Usp. T. M. SCHMIDT, *Einleitung: Religion in der pluralistischen Öffentlichkeit*, u: T. M. SCHMIDT, M. G. PARKER (Hg.), *Religion in der pluralistischen Öffentlichkeit*, Echter, Würzburg, 2008., str. 10.

današnjem čovjeku), ali isto tako koliko su pojedini aspekti i aktualne teme javnosti prisutne unutar teologije. Kleemann podsjeća na to da se, pogotovo na anglosaksonkom području, susrećemo s pojmom „public theology“ iako taj pojam kod različitih autora nema isto značenje.⁴⁷ „Teologija javnosti“ bi trebala biti u službi dijaloga između Crkve i crkvenih zajednica s jedne, te društva i društvenih skupina s druge strane. Kroz taj dijalog relevantne teme iz javnosti nalaze svoje mjesto u promišljanju Crkve. Ne radi se dakle o nekoj posebnoj teološkoj disciplini već je naglasak na dijalogu Crkve s društvenom stvarnošću. Pritom se prostor javnosti ne bi trebao doživljavati isključivo kao područje gdje Crkva „izlaže“ vlastitu poruku, a da ne ulazi na dublji način u dijalog sa svijetom. Stoga se, upravo u duhu pastoralne konstitucije *Gaudium et spes*, Crkva treba doživljavati kao suputnica današnjeg čovjeka.⁴⁸ Na taj način prisutnost i djelovanje Crkve u javnosti – kao nezaobilaznog dijela njezina poslanja – postaje za samu Crkvu poziv na stalno promišljanje njezina poslanja.

Zaključak

Pitanje sa kojim se Crkva suočava ne glasi – treba li biti prisutna ili ne u suvremenoj javnosti već na koji način živjeti tu prisutnost i na koji način djelovati? Suočavanje sa novom društvenom stvarnošću stavlja Crkvu pred izazove s kojima se već više puta susretala u svojem dvotisućljetnom hodu kroz povijest. Pomno praćenje javnosti i javnoga mnijenja nužni je korak Crkve koja želi oslušivati današnjeg čovjeka i društvo i biti njihov „suputnik“ u povijesnom trenut-

47 David Tracy govori o tri relevantna naglaska javnosti u teologiji koji odgovaraju različitim tipovima teologije: fundamentalna (filozofska), sistematska (konfesionalna) te praktična (društvena) teologija. D. TRACY, *The Analogical Imagination. Christian Theology and the Culture of Pluralism*, New York, 1981., str. 3-98., citirano prema G. M. KLEEMANN, *Die Öffentlichkeitsrelevanz von Kirche und Theologie*, u: K. GABRIEL, H.-J. HÖHN (Hrsg.), *Religion heute...*, str. 183. Kleemann predstavlja i misao Linella E. Cadya koji promatrajući teologiju koja je u službi javnosti, govori o nekoliko područja: pred opasnošću uske racionalnosti teološkog govora treba svraćati pozornost da govor teologije bude prihvatljiv i razumljiv za širu vjersku zajednicu. Teologija treba promišljati javnu i društvenu dimenziju i važnost vjere u Crkve (nasuprot opasnosti privatiziranja vjere i vjerskog). Nadalje, treba izbjegavati (usko specijaliziranu i profesionalnu) upotrebu teološkog govora.

48 „Radost i nada, žalost i tjeskoba ljudi našeg vremena, osobito siromašnih i svih koji trpe jesu radost i nade, žalost i tjeskoba također Kristovih učenika te nema uistinu ničega ljudskoga a da ne bi našlo odjeka u njihovu srcu,“ (GS br. 1).

ku. U duhu smjernica Drugog vatikanskog sabora Crkva se u prvom redu ne opredjeljuje prema državnim ili političkim strukturama već svoje mjesto otkriva u vrijednosnom „prožimanju“ cjelokupnog društvenog života i suvremene javnosti. Ovaj poziv ostvaruje aktivnim uključivanjem u komunikaciju javnosti pri čemu usmjerava na izgradnju zajedništva, postaje glasnogovornikom zapostavljenih, ukazuje na integralni razvitak i dostojanstvo ljudske osobe.

THE CHURCH AND THE CONTEMPORARY PUBLIC: CHALLENGES AND POSSIBILITIES OF ACTION

Summary

The question is not “should the Church be present in the contemporary public or not”, but in which way should this presence be lived, and what is the modality of an appropriate action? Facing the new social reality the Church is set in front of challenges, already met several times in two thousand years of history. An accurate monitoring of public matters and public opinions is a necessary step of a Church that wants to listen to the contemporary man and society, and to be their “fellow-traveller” in this moment of history. According to the spirit of the directions of the 2nd Vatican Council, the Church is not primarily expected to commit to a certain stately or political structure; it rather finds its place in permeating with values the whole of social life and contemporary public. This call is realised by an active involvement in the public communication, in which the Church moderates and directs towards the edification of the community, becoming the spokesmen of the neglected, and pointing to the integral development and dignity of the human person.

Key words: Church, public, communication, discursive public, civil society.

